



Identifying the pattern of Syrian tourism development in the post-crisis period "with an emphasis on the city of Damascus"

Buthaina Almostafa¹ , Esmail Ghaderi²  , Mahmood Ziaee³ , Seyyed Mojtaba Mahmoudzadeh⁴ 

1. Department of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: Buthainaalmostafa@gmail.com

2. (Corresponding Author) Department of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: eghaderi2002@atu.ac.ir

3. Department of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: mdziaee@atu.ac.ir

4. Department of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: sm.mahmoudzadeh@atu.ac.ir

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article History:

Received:

29 March 2024

Received in revised form:

28 May 2024

Accepted:

8 July 2024

Available online:


22 August 2024

Keywords:

Syrian Internal Crisis,
Tourism Development,
Post-crisis planning,
Urban tourism.

Although so far no country has succeeded in preventing the negative effects of wars and security instability on the tourism sector, however, the need to develop tourism after passing through these crises due to its great role in supporting the economy of the affected areas. It has importance and priority. the aims of the current research is to identify key elements and Components of the tourism development planning in Damascus city. In such a way that considering them in the planning of tourism development at the national level can be found in the optimal planning and avoid unwanted expenses. In order to achieve the mentioned goal, a qualitative method with an expert interview tool has been considered. the opinions of 30 experts active in the field of tourism in Syria have been used. Questionnaire analysis is also used in the qualitative content analysis software MaxQDA 2020. this paper have identified the core codes and categories related to tourism in Syria, and then by examining the connections of these codes, selective coding has been done that shows the trends of these codes. In the selective coding section, 6 main codes. tourism functions, tourism development obstacles, tourism development requirements, priority of target markets, types of tourism and tourism beneficiaries. In the section of types of tourism, the potential of developing types of tourism in the city of Damascus has been introduced. In the selective coding section, connections, requirements and links related to the development of Syrian tourism in the post-crisis era are drawn.

Citation: Almostafa, B., Ghaderi, E., Ziaee, M., & Mahmoudzadeh, S. M. (2024). Identifying the pattern of Syrian tourism development in the post-crisis period "with an emphasis on the city of Damascus". *Journal of Urban Tourism*, 11 (2), 97-119.

 <http://doi.org/10.22059/JUT.2024.376396.1209>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

Extended abstract

Introduction

The Syrian crisis, involving armed conflicts by quasi-military groups and terrorist activities by organizations like ISIS, began in 2011, inflicting countless damages to the national resources and capital. According to the United Nations, over 5,440,000 Syrians were registered as refugees in various countries by December 2017. Considering the population of 21 million at the onset of the crisis in 2011, a considerable portion of the population migrated. Additionally, significant casualties and injuries have been inflicted on the human resources. Syria witnessed 1,949 terrorist incidents from 1970 to 2016, with approximately 1,800 occurring from 2001 to 2016, constituting 92% of all incidents. From 2011 to 2016, 95%¹ of the casualties occurred from terrorist incidents in Syria. Damage to the national infrastructure (physical and economic) is another aspect of the harm inflicted, with an estimated \$41 billion in damages to infrastructure² in six major cities³, according to the World Bank. Economists forecast a 6.3% growth in the tourism sector in 2018 compared to the gross domestic product growth. Given these factors, Syria needs reconstruction of its infrastructure and compensation for the damages caused by the domestic crisis. Therefore, comprehensive planning and the selection of tourism development strategies are considered a strategy for development and compensation for damages caused by years of war and a top priority for reviving the social and economic sectors of Syria. In this regard, the role of Damascus as the national capital, the center of political, economic, and legal decisions, is particularly important. Furthermore, government attention and protection during the crisis have minimized damage to the infrastructure of this city. Consequently, the higher security of this city compared to other regions causes a higher priority and cost for the presentation of the tourism development model with an emphasis on Damascus. The success of Damascus in promoting tourism

development goals can serve as a model for other regions of Syria. In general, this research aims to identify concepts and principles to clarify the rapid and cost-effective development of Syria's tourism engine.

Methodology

This research has an applied methodology and is among the qualitative research. Semi-structured interviews are used for data collection. The statistical population consists of two groups, experts (economic activists and managers in the tourism management sector in Syria) and researchers (professors and students in the tourism field in Syria with a track record of publishing articles and books about tourism). A total of 30 in-depth interviews were conducted. Furthermore, MAXQDA 2020 qualitative analysis software was used to analyze the interview data. Grounded theory serves as the theoretical framework for the research.

Results

The tourism functions are at the primary level of the identified themes. These functions include 10 cases. The role of tourism in the national economy (pre-war), tourism and peace, expanding restaurant-dining functions, and the effects of tourism development on the economy are the most important factors. The second theme includes barriers to tourism development, including sub-codes such as infrastructural factors, human resources, political-security barriers, economic barriers, and neglect of tourism branding and marketing. Each code related to barriers to tourism development comprises multiple factors highlighted at various levels. The third theme includes the requirements for tourism development based on interviews. This theme includes three sub-codes: Comprehensive and coordinated tourism development planning, health expansion, pandemic control, infrastructure reconstruction by the government sector, international tourism, domestic tourism, focus on tourist hubs in Damascus, security expansion, tourism expansion, trust as the

1. A total of 12,583 out of 13,132 people were killed from 2011 to 2016.

2. In agriculture, education, energy, health, housing, transportation, water, and hygiene sectors

3. Aleppo, Dar'a, Hama, Homs, Idlib, and Latakia

main premise of tourism development, capital provision through taxation, and tourism marketing and branding. The frequency of repetition of items for the codes is presented in the table below. The fourth theme of the interviews includes target markets. This theme consists of sub-codes such as Arab and Persian Gulf countries, Iranian-Shiite pilgrims, and traditional historical attractions preferred by Europeans. The scores of the first and second sub-codes are presented in the following table. The fifth theme of the interviews covers the types of tourism. These types include sub-codes such as the potential for ecotourism development, urban tourism, dark tourism, and spiritual-religious tourism. The following table describes these items and the number of repetitions for each item.

Conclusion

Six main themes, emphasized by experts and researchers are first identified: The functions of tourism, barriers to tourism development, requirements for tourism development, priorities of target markets, types of tourism, and tourism stakeholders. Each of these themes has been emphasized with various branches. The higher frequency of certain factors indicates their importance. In other words, the barriers to tourism development, with 91 repetitions, have been the most important aspect of Syria's tourism development. Following this theme, the requirements for tourism development with 53 repetitions, types of tourism with 31 repetitions, tourism functions with 19 repetitions, priorities of target markets with 11 repetitions, and tourism stakeholders with 6 repetitions have been highlighted. In general, codes such as "spiritual-religious tourism (not necessarily religious tourism)" with 9 repetitions, "weaknesses in advertising, narration, and branding" with 5 repetitions, "energy constraints in the tourism sector" with 5 repetitions, and "budget shortfall and reduction in government's tax revenue preventing tourism investment" with 4 repetitions have been the most emphasized factors by experts and researchers in the tourism sector in Syria.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



شناسایی الگوی توسعه گردشگری سوریه در دوران پسا بحران "با تأکید بر شهر دمشق"

بثینه المصطفی^۱، اسماعیل قادری^۲، محمود ضیایی^۳، سید مجتبی محمودزاده^۴

۱- گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. Email: Buthainaalmostafa@gmail.com

۲- نویسنده مسئول، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. Email: eghaderi2002@atu.ac.ir

۳- گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. Email: mdziaee@atu.ac.ir

۴- گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. Email: sm.mahmoudzadeh@atu.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

اگرچه تا کنون هیچ کشوری موفق به جلوگیری از تأثیرات منفی جنگ‌ها و بی‌ثباتی امنیتی بر بخش گردشگری نشده است. با این حال، نیاز به توسعه گردشگری پس از عبور از این بحران‌ها به دلیل نقش بسیار زیادی که در حمایت از اقتصاد مناطق آسیب‌دیده دارد، از اهمیت و اولویت برخوردار است. هدف پژوهش حاضر شناسایی عناصر و مقوله‌های کلیدی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری است. به نحوی که در نظر گرفتن آن‌ها در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در سطح ملی بتوان به بهینگی لازم در برنامه‌ریزی دست‌یافت و از هزینه‌های ناخواسته اجتناب نمود. به منظور دستیابی به هدف یادشده روش کیفی با ابزار مصاحبه کارشناسی مدنظر قرار گرفته است. در مجموع از نظرات ۳۰ کارشناس و پژوهشگر فعال در حوزه گردشگری کشور سوریه به روش گلوله برفی استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار تحلیل محتوای کیفی MaxQDA 2020 استفاده شده است. پژوهش حاضر در مرحله، ابتدا کدها و مقوله‌های محوری مرتبط با گردشگری کشور سوریه را شناسایی نموده است و سپس با بررسی ارتباطات این کدها کدبندی انتخابی که روند و ارتباطات این کدها را نشان می‌دهد، انجام شده است. در بخش کدبندی انتخابی ۶ کد اصلی شامل: کارکردهای گردشگری، موانع توسعه گردشگری، الزامات توسعه گردشگری، اولویت بازارهای هدف، انواع گردشگری و ذی‌نفعان گردشگری بوده است. در بخش انواع گردشگری پتانسیل توسعه گونه‌های گردشگری در شهر دمشق معرفی شده است. در بخش کدبندی انتخابی نیز ارتباطات، الزامات و پیوندهای مرتبط با توسعه گردشگری سوریه در دوران پس از بحران داخلی ترسیم شده است. الگوی ترسیم‌شده در قالب روابط انتخابی می‌تواند مسیر حرکت در راستای توسعه گردشگری کشور سوریه را ترسیم نماید و به برنامه‌ریزان این حوزه جهت برون‌رفت از وضعیت فعلی و حرکت به سمت وضعیت بهینه کمک نماید.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۱/۱۰

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۳/۰۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۴/۱۸

تاریخ چاپ:

۱۴۰۳/۰۶/۰۱

واژگان کلیدی:

بحران سوریه، توسعه گردشگری، برنامه‌ریزی پس از بحران، گردشگری شهری.

استناد: المصطفی، بثینه؛ قادری، اسماعیل؛ ضیایی، محمود و محمودزاده، سید مجتبی. (۱۴۰۳). شناسایی الگوی توسعه گردشگری سوریه در دوران پسا بحران "با تأکید بر شهر دمشق". مجله گردشگری شهری، ۱۱ (۲)، ۹۷-۱۱۹.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2024.376396.1209>



مقدمه

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، گردشگری با ایجاد تعادل در چرخه‌های تولید، سیاست‌های اقتصادی را منطقی می‌کند و همراه با صنعت و کشاورزی، موتور توسعه اقتصادی محسوب می‌شود. (نعمت پور و همکاران، ۲۰۲۱) بحران سوریه شامل درگیری‌های مسلحانه گروه‌های شبه نظامی و اقدامات تروریستی گروه‌هایی نظیر داعش در سال ۲۰۱۱ آغاز گردید و آسیب‌ها و خسارت‌های بی‌شماری به منابع و سرمایه‌های ملی کشور وارد آورد. به گزارش منابع سازمان ملل متحد بالغ بر ۵ میلیون و ۴۴۰ هزار نفر در دسامبر ۲۰۱۷ به‌عنوان پناهنده سوری در کشورهای مختلف به ثبت رسیده‌اند (UNHCR^۱, 2017). با احتساب به جمعیت ۲۱ میلیون نفری جمعیت کشور در سال ۲۰۱۱ (آغاز بحران) می‌توان نتیجه گرفت که نسبت قابل توجهی از جمعیت از کشور مهاجرت نموده‌اند. همچنین آمار قابل توجه کشته و زخمی نیز بخش دیگری از آسیب به منابع انسانی این کشور به شمار می‌آید (در بازه زمانی ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۶ کشور سوریه شاهد ۱۹۴۹ حادثه تروریستی بوده است، از این تعداد معادل ۱۸۰۰ مورد در فاصله سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۶ به وقوع پیوسته است، معادل ۹۲ درصد کل حوادث). از مجموع کل کشته‌شدگان حوادث تروریستی در کشور سوریه در این دوره در مجموع ۹۵ درصد^۲ در فاصله سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶ کشته شده‌اند. آسیب به زیرساخت‌های (کالبدی-اقتصادی) نیز بخش دیگری از آسیب‌های وارد شده به کشور است که آمار و رقم دقیقی از آن در دسترس نیست و تنها بر اساس تخمین انجام شده توسط بانک جهانی آسیب به زیرساخت‌های^۳ کشور در شش شهر^۴ مهم معادل ۴۱ میلیارد دلار بوده است، به گزارش سازمان ملل متحد خسارت به زیرساخت‌های فیزیکی کشور (ناشی از تنش داخلی) معادل ۶۷/۳ میلیارد دلار بوده است، همچنین خسارت به تولید ناخالص داخلی کشور رقمی در حدود ۲۰۰ تا ۳۰۰ میلیارد دلار برآورد شده است (World Bank^۵, 2018)؛ بنابراین مشاهده می‌شود که خسارت‌های بی‌شماری ناشی از بحران و آشوب داخلی و فعالیت‌های تروریستی آسیب‌های بسیار شدیدی به کشور وارد آورده است که نیازمند بازسازی مجدد است. با توجه به حجم خسارت‌های وارد شده به کشور و نیاز به بازسازی در کوتاه‌ترین زمان ممکن، دولت و متولیان توسعه این کشور نیازمند انتخاب استراتژیک و برگزیدن راهبردهای با بالاترین بازده و پایین‌ترین زمان تحقق (اهداف توسعه‌ای) هستند (هرچند تمامی بخش‌های اقتصادی نیازمند توجه و توسعه متوازن هستند). در واقع چنین انتخابی در دوران پیشا بحران مورد توجه دولت سوریه قرار گرفته بود و توجه ویژه‌ای به بخش گردشگری کشور مبذول شده بود به نحوی که تا پیش از سال ۲۰۱۱ توجه به جاذبه‌های گردشگری این کشور با توجه به میراث‌های طبیعی (سواحل^۶ و چشم‌اندازهای بکر داخلی)، میراث تاریخی (آثار باستانی مرتبط با دوره‌های مختلف تاریخی^۷)، میراث فرهنگی (سبک زندگی، غذاهای سنتی، جاذبه‌های شهری)، در حدود ۱۲٪ از بخش تجارت خارجی و همچنین ۳ میلیارد دلار و حدود ۳۱٪ از کل تجارت خارجی مربوط به بخش گردشگری کشور می‌شد.^۸ سهم این بخش در سال ۲۰۱۰ از تولید ناخالص داخلی حدود ۴۰۰ میلیارد "لیبر سوری" بود که در سال ۲۰۱۳ با کاهش بسیار شدید به ۴,۵ میلیارد کاهش یافت (کاهش معادل ۹۹٪). بر طبق آمارهای وزارت گردشگری خسارت سالانه بخش گردشگری ناشی از بحران سوریه حدود

1. <https://www.unhcr.org/globaltrends2017/>

۲. از مجموع ۱۳۱۳۳ نفر ۱۲۵۸۳ نفر در فاصله سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶ کشته شده‌اند.

۳. در بخش‌های کشاورزی، آموزش، انرژی، بهداشت، مسکن، حمل‌ونقل و آب و بهداشت.

4. Aleppo, Dar'a, Hama, Homs, Idlib, and Latakia

5. <http://blogs.worldbank.org/arabvoices/economic-impact-syrian-conflict-estimate-it-yourself>

۶. معادل ۱۸۰ کیلومتر خط ساحلی با دریای مدیترانه در غرب کشور

۷. شش سایت: شهر باستانی دمشق، شهر باستانی بصره و سایت پالمیرا، شهر باستانی حلب، کاراکدس چوالیرس، اوال اتصالح عیدین و روستاهای باستانی شمال سوریه در فهرست میراث جهانی یونسکو قرار دارند.

8. <http://jamahir.alwehda.gov.sy/node/334506>.

۳۸۸ میلیارد لیر سوریه بوده است. همچنین، از سال ۲۰۱۰ تا سال ۲۰۱۳ حدود ۴۰۰۰ فرصت اشتغال برای فارغ‌التحصیلان دانشکده‌ها و مؤسسات گردشگری در کشور ازدست‌رفته است.^۱ در واقع دلیل توجه برنامه‌ریزان کشور سوریه در دوران پیش از وقوع بحران به بخش گردشگری در بازده قابل توجه این بخش در قالب تجربه پیش از بحران و روند توسعه این صنعت در سال‌های اخیر بوده است. در سطح بین‌المللی درآمد حاصل از بخش سفر و گردشگری در فاصله بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۷ (میانگین سالانه) به صورت مستقیم معادل ۲٫۳ تریلیون دلار و به صورت غیرمستقیم معادل ۷٫۵ تریلیون دلار بوده است. ارقام مرتبط با سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۷ معادل ۱۲ درصد تولید ناخالص داخلی^۲ بین‌المللی را شامل شده است. دستیابی به رقم ۱۳ درصد (از تولید ناخالص داخلی- میانگین بین‌المللی) رقم مورد انتظار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۸ بوده است. همچنین کارشناسان حوزه اقتصاد، پیش‌بینی‌های نموده‌اند که رشد بخش گردشگری را در سال ۲۰۱۸ رشدی معادل ۳/۶ درصد (نسبت به رشد تولید ناخالص داخلی) را تجربه خواهد کرد (Rui et al, 2018). بر اساس مطالب ذکر شده مشخص می‌گردد که کشور سوریه نیازمند بازسازی زیرساخت‌های کشور و جبران ویرانی‌های ناشی از بحران داخلی است، از طرفی مطالعات نشان می‌دهد که بخش گردشگری یکی از پربازده‌ترین بخش‌های اقتصادی به شمار می‌آید؛ بنابراین برنامه‌ریزی جامع و انتخاب استراتژی‌های توسعه گردشگری به عنوان راهبرد توسعه و جبران خسارت و آسیب‌های ناشی از سال‌ها جنگ و دیگری اولویت بالایی در احیای اجتماعی و اقتصادی کشور سوریه دارد. از طرف دیگر ضعف آمار و اطلاعات مرتبط با شاخص‌های اجتماعی اقتصادی انجام پژوهش‌های کمی در این کشور را دشوار نموده است. در این بین نقش شهر دمشق به عنوان پایتخت ملی، مرکز تصمیم‌گیری‌های سیاسی-اقتصادی و قانونی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از طرف دیگر توجه و محافظت ویژه دولت در دوره بحران داخلی به حفظ امنیت این شهر باعث شده است که کمترین آسیب ممکن به زیرساخت‌های این شهر وارد گردد. در همین راستا امنیت بالاتر این شهر نسبت به سایر نقاط کشور، باعث می‌شود که ارائه الگوی توسعه گردشگری با تأکید بر شهر دمشق از اولویت و هزینه بالاتری برخوردار باشد. بدین معنی موفقیت این شهر در پیشبرد اهداف توسعه گردشگری می‌تواند سرمشقی برای سایر مناطق کشور به شمار آید. در مجموع، پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از دانش کارشناسی و تخصصی ذی‌نفعان بخش گردشگری در جستجوی دستیابی به مفاهیم و مقوله‌هایی است که با استفاده از آن‌ها بتوان در کوتاه‌ترین زمان ممکن و با کمترین هزینه موتور توسعه گردشگری کشور سوریه را روشن نماید.

بنابراین، ضرورت این تحقیق در تدوین سیاست یا راهبرد در سطح میانی متناسب با ویژگی‌های شهر دمشق جهت دستیابی به گردشگری با بازده بالا و در نهایت دستیابی به توسعه اقتصادی و ورود ارزها و سرمایه‌های خارجی به کشور نهفته است. در غیر این صورت، آینده ناخوشایند در انتظار بخش‌های فوق، اقتصاد و توسعه شهر وجود دارد. آنجایی که اغلب مطالعات مربوط به گردشگری سوریه در طول بحران به دنبال تعیین اثرات منفی بحران بر صنعت گردشگری و خسارات وارد شده به اقتصاد کشور بوده، نتایج حاصل از این تحقیق می‌تواند به مقامات گردشگری در سوریه کمک کند تا اولویت‌های روند توسعه مجدد گردشگری در شهر دمشق را ارزیابی و تعیین کنند.

در حقیقت تحقیقات متعددی در باب ابعاد و عوامل تعیین‌کننده توسعه گردشگری صورت گرفته است، که به بخشی از جدیدترین آن‌ها اشاره می‌گردد. بایه و سینگ^۳ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان "مدل‌سازی گردشگری داخلی: انگیزه‌ها، رضایت و اهداف رفتاری گردشگران" بیان می‌دارند: انگیزه سفر (جاذبه و دافعه) پیش‌بینی کنندگان قابل توجه رضایت

۱. گزارش وزارت گردشگری سوریه در سال ۲۰۱۶.

2. GDP

3. Bayih & Singh

توریست را تشکیل می‌دهند. علاوه بر این، تأثیرات مستقیم انگیزه سفر در بازدید مجدد و همچنین تمایل به توصیه دیگران (وفاداری گردشگران) قابل مشاهده است. از سوی دیگر، رضایت کلی بیشتر از تمایل به توصیه، بر قصد مجدد سفر تأثیر دارد. شیخ بیگلو (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان "تجربه گردشگران خارجی: روابط سه‌جانبه بین حس مکان نسبت به شهر مقصد، جاذبه‌های گردشگری و رضایت کلی گردشگران - شواهد شیراز، ایران" بیان می‌دارند: کیفیت و ارزش درک شده از جاذبه‌ها به‌طور غیرمستقیم رضایت را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تعلق مکانی و وابستگی به مکان بر رضایت گردشگران تأثیر مثبت می‌گذارد. تعلق مکانی و وابستگی به مکان واسطه جاذبه و رضایت گردشگر هستند. گردشگران می‌توانند بر اساس اطلاعات کافی، اصالت میراث را ارزیابی کنند. دی وایو^۱ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان "اندازه‌گیری رفتار پایدار و رضایت از خدمات در تجارب گردشگری سفر دریایی. یک تحلیل تجربی" بیان می‌دارند: ارتباط بین رضایت گردشگران و مقوله میراث تاریخی-فرهنگی را مدنظر قرار داده‌اند. آنان معتقد هستند که اصالت در حفاظت رضایت ادراک شده گردشگران را تعیین می‌کند. آگاهی عمومی از دانش حفاظت از مزایای مدیریت میراث پایدار است. تبادل دانش میراث بین مردم و افراد حرفه‌ای (به‌عنوان ابعاد فرهنگی) بسیار مهم است. در حوزه ارتباط توسعه زیرساخت‌های ارتباطی (به‌طور خاص جاده‌ای)، کانوال^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان "توسعه زیرساخت‌های جاده‌ای و حمل‌ونقل و حمایت جامعه از گردشگری: نقش مزایای درک شده و رضایت جامعه" بیان می‌دارند که توسعه جاده و زیرساخت با رضایت گردشگر ارتباط مثبتی دارد. اویدو گارسیا^۳ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش "گردشگری در مناطق حفاظت شده و تأثیر فضای خدمات بر رضایت گردشگران، کلید پایداری" معتقد هستند که ارزش درک شده از خدمات در حوزه‌های مختلف بر رضایت گردشگران تأثیر می‌گذارد. خدمات شامل امکانات موجود در حوزه‌های رفاهی است که رضایت گردشگران را افزایش می‌دهد. در این بین گردشگران خدمات غذا و اطلاعات را عناصر اساسی می‌دانند. در میان مطالعات متمرکز بر توسعه گردشگری در وضعیت‌های بحرانی و پس‌بحرانی می‌توان به مواردی از این دست اشاره نمود: لیو و پرت^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان "آسیب‌پذیری و تاب‌آوری گردشگری در برابر تروریسم" بیان می‌دارند: تأثیر تروریسم در مقاصد گردشگری با بی‌ثباتی‌های سیاسی، درآمد و حجم گردشگری تأثیرگذار است. کیلیچلار^۵ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان "پیشگیری از تروریسم در مقصد گردشگری: نیروهای امنیتی در مقابل دیدگاه‌های مقامات مدنی" چنین نتیجه می‌گیرند که مقامات غیرنظامی بیشتر به همکاری و آموزش و ترغیب علاقه‌مند هستند، درحالی‌که نیروهای امنیتی بر پیش‌بینی و تمرکز بر ابعاد فیزیکی تمرکز می‌نمایند. راهکاری میانه در این بین جهت مقابله با تروریسم و ترویج توریسم ضروری است. پرلز-ریبیز^۶ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان "تأثیر بی‌ثباتی‌های سیاسی مقاصد گردشگری: مورد کاتالونیا (اسپانیا)" بیان می‌دارند: در طول سه‌ماهه آخر سال ۲۰۱۷ حوادث و بی‌ثباتی سیاسی منجر به کاهش ورود و اقامت گردشگران در منطقه شده است. آبراهام^۷ (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان "بازاریابی و ارتقای تصویر مقصد در بحران‌های گردشگری: مورد مصر" نتیجه می‌گیرند که بازگرداندن یک تصویر مثبت از کشور لازمه بازگرداندن گردشگران به این کشور بوده است (در دوران پس از بحران). سامیتاس^۸ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان "حوادث تروریستی و تقاضای گردشگری: شواهد از یونان" معتقدند

1. Di Vaio
2. Kanwal
3. Oviedo-García
4. Liu & Pratt
5. Kılıçlar
6. Perles-Ribes
7. Avraham
8. Samitas

که مقامات بایستی اقدامات جدی علیه تروریسم اتخاذ کنند و به منظور جلوگیری از حوادث تروریستی، باید اقدامات بیشتری برای ارتقای گردشگری، ایمنی و امنیت انجام شود. در انتهای مرور پیشینه پژوهش و به منظور روشن شدن هر چه بیشتر اهمیت گردشگری فرهنگی پژوهشی-عملیاتی اتحادیه اروپا با عنوان اسمارت کال تور^۱ یا گردشگری فرهنگی هوشمند (۲۰۲۰-۲۰۲۳) به عنوان محرک توسعه پایدار مناطق اروپا، ارائه شده است. این پروژه توسط دانشگاه کا یو لویون^۲ و به منظور توسعه گردشگری فرهنگی پایدار در مناطق اروپا، با تأکید بر حاشیه روستاها و حاشیه‌های شهری به انجام رسیده است. شرکای این پروژه شامل سازمان یونسکو، چندین دانشگاه در سراسر اروپا و مراکز تحقیقاتی در زمینه گردشگری فرهنگی هستند. این پروژه در ژانویه ۲۰۲۰ راه‌اندازی شد و تا ژوئن ۲۰۲۳ ادامه دارد. در این راستا شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های فرهنگی مناطق (به عنوان محرک‌های فرهنگی)، ارزیابی شاخص‌های رضایت و وفاداری، امکان‌سنجی خدمات و امکانات مورد نیاز از جمله موارد مدنظر پروژه یاد شده بوده است (وبسایت سازمان یونسکو، ۲۰۲۱). ضیائی و همکاران در سال ۱۴۰۱ پژوهشی با عنوان طراحی الگوی مدیریت توسعه گردشگری عشایری با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری - تفسیری انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که توانمندسازی جامعه عشایری با قرار گرفتن در ربع اول ماتریس به عنوان کلیدی‌ترین متغیر دو وجهی، یکی از مهم‌ترین پیشران‌های توسعه گردشگری عشایری به شمار رفته و تقویت و توسعه آن باید در اولویت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری عشایری قرار گیرد. از طرف دیگر سرمایه‌های اجتماعی، کنشگری دولت، عوامل ساختاری-نهادی با قرار گرفتن در ربع دوم ماتریس از جمله متغیرهای استراتژیک تأثیرگذار بر توسعه گردشگری عشایری شناسایی شدند. گودرزی و همکاران در سال ۱۴۰۳ در مقاله‌ای با عنوان تدوین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری پزشکی در کلان‌شهر اهواز، نشان دادند که عوامل تسهیلات و تجهیزات درمانی پیشرفته با ضرایب مسیر (۰/۵۱) و $t(۳/۵)$ ؛ رفتار پزشکان و کارکنان درمانی با ضرایب مسیر (۰/۳۸) و $t(۳/۹)$ ؛ مقرون به صرفه بودن هزینه‌ها با ضرایب مسیر (۰/۷۲) و $t(۹/۲)$ ؛ جستجوی اطلاعات با ضرایب مسیر (۰/۲۸) و $t(۴/۱)$ ؛ و عوامل فردی با ضرایب مسیر (۰/۳۶) و $t(۳/۵)$ با توسعه گردشگری پزشکی در کلان‌شهر اهواز رابطه معناداری دارند. بنابراین، به کارگیری امکانات، تسهیلات و تجهیزات درمانی و گردشگری دارای تکنولوژی بالا و استانداردهای جهانی؛ ارتقا فرهنگ گردشگری؛ شفاف نمودن قیمت خدمات درمانی و گردشگری؛ ارتقاء کیفیت خدمات درمانی؛ افزایش و به کارگیری فناوری اطلاعات در حوزه‌های وابسته می‌تواند به توسعه گردشگری پزشکی در کلان‌شهر اهواز بیانجامد. خادمی و همکاران در سال ۱۴۰۲ در مقاله‌ای با عنوان واکاوی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد با روش تحلیل ساختاری، نشان می‌دهند که از بین ۳۷ عامل شناسایی شده، ۱۲ عامل کلیدی تأثیر بیشتری بر توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد داشتند که می‌بایست در برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری این شهرستان مدنظر قرار گیرد. این عوامل عبارت‌اند از: فرهنگ گردشگر پذیری، تربیت نیروهای متخصص، سیاست‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری، مشارکت شهروندان، گسترش تورها و آژانس‌های گردشگری، گسترش تبلیغات و بازاریابی، رونق کارآفرینی و فضای کسب و کار، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، رقابت‌پذیری در زمینه جذب گردشگر، تنوع اماکن و جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی، برند سازی گردشگری و میزان اختصاص بودجه سالیانه دولت در حوزه گردشگری.

مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش حاضر در ارتباط باهدف پژوهش حاضر نشان می‌دهد که عوامل عمومی متعدد و عوامل خاص و مشخصی در وضعیت‌های پسابحرانی در موفقیت برنامه توسعه گردشگری مؤثر هستند. به‌طور خاص

1. Smart Cul Tour

2. KU Leuven

3. <https://en.unesco.org/news/smart-cultural-tourism-driver-sustainable-development-european-regions>

بازاریابی مقاصد گردشگری و تأمین رضایت گردشگران در مقصد دو عامل عمومی مهم تلقی می‌گردد. در ارتباط با وضعیت‌های پسابحرانی نیز بازیابی و ایجاد تصویر ایمن و جذاب از مقصد گردشگری و مجموعه اقدامات هم‌راستای این هدف مهم‌ترین هدف و اولویت در برنامه‌ریزی گردشگری پسابحران تلقی می‌شود.

مبانی نظری

امروزه، صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت، به‌مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی، پیچیدگی‌های خاص خویش را دارد. به‌عبارت‌دیگر، گردشگری یکی از محرکه‌های بزرگ اقتصادی قرن حاضر به شمار می‌رود؛ تا آنجا که نسبت بالایی از درآمد ناخالص داخلی کشورها در سطح جهان را گردشگری تشکیل می‌دهد (Choy & Yeung, 2023). درآمد بازار سفر و گردشگری در سال ۲۰۲۳ به ۸۵۴/۸۰ میلیارد دلار می‌رسد. انتظار می‌رود نرخ رشد سالانه درآمد این بخش در بازه ۲۰۲۳-۲۰۲۷ معادل ۴/۴۱٪ باشد که منجر به حجم پیش‌بینی‌شده بازار ۱۰۱۶/۰۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۷ می‌شود. بزرگ‌ترین بخش بازار مربوط به هتلداری با حجم بازار پیش‌بینی‌شده ۴۰۸/۸۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ است. نیز در بازار سفر و گردشگری، ۷۴ درصد از کل درآمد از طریق فروش آنلاین (تا سال ۲۰۲۷) ایجاد خواهد شد (World Tourism Organization, 2023¹).

از فواید مهم توسعه گردشگری آن است که اگر بر اساس مفهوم پایداری به‌درستی توسعه یابد، می‌تواند به‌طور مؤثر به توجیه حفظ منابع طبیعی و فرهنگی یک منطقه و پرداختن هزینه برای آن کمک کند. از نظر اجتماعی این نوع جهانگردی می‌تواند فوایدی برای اجتماعات محلی داشته و بیشترین منافع جهانگردی را به ساکنان محلی برساند (Schönherr et al., 2023). بنابراین، توسعه پایدار را می‌توان به ابعاد سه‌گانه محیطی (هم طبیعی و هم ساخته‌شده)، ابعاد اقتصادی (هم اجتماع محلی و هم کسب‌وکار) و ابعاد اجتماعی (هم میزبان و هم بازدیدکننده) خلاصه کرد. شناخت این سه جنبه ارزش برابری دارد و لازم است مطالعه شود. برای موفقیت گردشگری پایدار روابط متقابل این سه جنبه باید شناخته شود و این در حالی است که در اکثر تحقیقات تنها بر جنبه‌های محیطی و اقتصادی توسعه گردشگری تمرکز شده است (Bhaskara et al., 2023). از جمله اصول گردشگری پایدار می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- ❖ حفظ تنوع موجود
- ❖ استفاده درخور (بهینه) و پایدار از منابع
- ❖ جلوگیری از به هدر رفتن منابع
- ❖ حمایت از اقتصاد محلی
- ❖ دخیل کردن جامعه محلی در تصمیم‌گیری‌ها
- ❖ آموزش پرسنل (Senbeto, 2022).

توسعه صنعت گردشگری در قیاس با توسعه سایر انواع صنایع، دارای منافع قابل‌توجه است (Zhang, 2021, 456). در حقیقت روند گسترش جهانی توریسم به‌واسطه منافع اقتصادی-زیست‌محیطی موردتوجه کشورها و مناطق (درون کشور) قرار گرفته است. این صنعت دارای جایگاه مهم و برجسته‌ای در اقتصادی جهانی بوده و کشورهای مختلف در رقابتی سنگین سعی دارند بخش بیشتری از این بازار را به خود اختصاص دهند (Varnajot & Saarinen, 2021, 95).

1. <https://www.unwto.org/>

موانع توسعه گردشگری (با تأکید بر وضعیت‌های پسابحرانی)

اصولاً یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیشروی جوامع در وضعیت‌های بحرانی و پسابحرانی، خواه بحران‌های متأثر از حوادث طبیعی مانند سیل و زلزله یا بحران‌های انسان‌ساخت مانند جنگ و حوادث تروریستی، مقوله امنیت است (Samitas et al., 2018). امنیت ابعاد گسترده‌ای را شامل می‌شود؛ اما به‌طور کلی دو حوزه امنیت جانی و امنیت روانی^۱ را شامل می‌شود (Sun et al., 2023). در حوزه گردشگری می‌توان ادعا نمود که امنیت یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های گردشگران است. چراکه اکثر گردشگران به دنبال مقصد امن و مطمئن و اجتناب از مخاطرات و تهدیدها هستند (Osorio et al., 2023). در ارتباط با مقوله امنیت نه تنها در وضعیت‌های پسا جنگی و شبهه جنگی، بلکه در وضعیت‌های مرتبط با کاهش ثبات سیاسی نیز کاهش ورود و اقامت گردشگران را در پی دارد (Perles-Ribes et al., 2019). در همین راستا توجه به عوامل متعددی همچون:

❖ آموزش

❖ همکاری

❖ مدیریت منابع انسانی-مالی

❖ نظارت فیزیکی

❖ نظارت مجازی

❖ پیش‌بینی

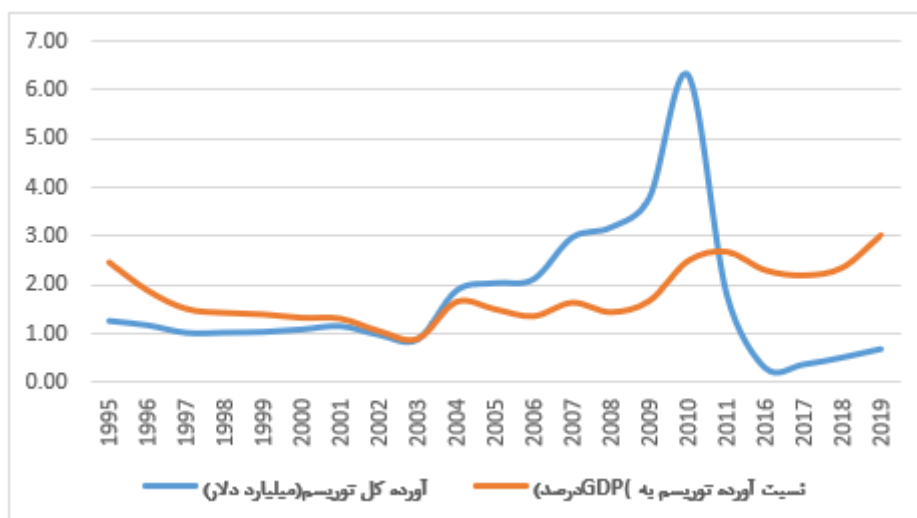
می‌تواند در راستای غلبه بر وضعیت بحرانی و ایجاد امنیت جانی و روانی گردشگران تلقی گردد (Kılıçlar et al., 2018). از طرف دیگر وضعیت‌های بحرانی به‌طور خاص بحران‌های مرتبط با جنگ و حوادث و درگیری‌های تروریستی می‌تواند با تخریب تصویر، اعتبار و نام مقاصد گردشگری همراه باشد. در همین راستا بازیابی تصویر و برند گردشگری یکی از گام‌های اساسی در راستای غلبه بر وضعیت‌های بحرانی است. در این راستا شناخت سه عنصر منبع، پیام و مخاطب گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Li et al., 2023).

اوج درآمدزایی بخش گردشگری برای اقتصاد کشور سوریه مربوط به سال ۲۰۱۰ بوده است که رقمی معادل ۶,۳۱ میلیارد دلار ناشی از توریسم وارد اقتصاد کشور شده است. بدین معنی روند قابل درآمدزایی بخش گردشگری برای اقتصاد سوریه تا سال ۲۰۱۰ رو به افزایش بوده است. پس از سال مبلغ درآمدزایی گردشگری به‌صورت مداوم کاهش یافته است؛ اما نسبت این درآمدزایی با توجه به کاهش قابل توجه تولید ناخالص داخلی نسبتاً افزایش یافته است.

جدول ۰۱. آورده کل توریسم و نسبت آن به تولید ناخالص داخلی در سوریه (بانک جهانی، ۲۰۲۳)

سال	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۲۰۲۳	۲۰۲۴	۲۰۲۵	۲۰۲۶	۲۰۲۷	۲۰۲۸	۲۰۲۹	۲۰۳۰
آورده کل توریسم (میلیارد دلار)	۱/۱۵	۰/۸۷	۰/۸۰	۱/۸۸	۱/۸۱	۱/۸۴	۱/۸۶	۱/۸۷	۱/۸۸	۱/۸۹	۱/۹۰
نسبت آورده توریسم به GDP (درصد)	۱/۴	۱/۰۷	۱/۰۶	۱/۰۷	۱/۰۷	۱/۰۷	۱/۰۷	۱/۰۷	۱/۰۷	۱/۰۷	۱/۰۷

در ادامه نمودار مرتبط با روند آورده کل توریسم و نسبت آورده توریسم نسبت به تولید ناخالص داخلی به تصویر کشیده شده است.



شکل ۱. آورده کل توریسم و نسبت آن به تولید ناخالص داخلی در سوریه (بانک جهانی، ۲۰۲۳)

در مجموع مرور وضعیت درآمد مرتبط با بخش توریسم در اقتصاد سوریه نشان می‌دهد که این بخش ظرفیت قابل توجهی در درآمدزایی و کمک به بازسازی کشور در دوره پسابحران دارد؛ بنابراین تدوین برنامه توسعه بخش گردشگری در دوره پسابحران دارای اولویت بالایی است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیق کاربردی است. به لحاظ نوع تحلیل به کاررفته در گروه مطالعات کیفی قرار می‌گیرد. ابزار جمع‌آوری داده‌های پژوهش مصاحبه نیمه ساختاریافته بوده است. جامعه آماری پژوهش مصاحبه (نیمه ساختاریافته) بوده است. در این راستا، برای شناسایی نمونه مورد مطالعه از روش نمونه‌گیری غیر تصادفی هدفمند استفاده شده است. اشباع نظری معیار حجم و تعداد موردنیاز نمونه در نظر گرفته شده است. دو گروه، جامعه آماری پژوهش حاضر شامل دو گروه کارشناسان (مدیران و فعالین اقتصادی حوزه مدیریت گردشگری در کشور سوریه) و پژوهشگران (اساتید و دانشجویان حوزه گردشگری در کشور سوریه با معیار تألیف مقاله و کتاب در حوزه گردشگری) بوده‌اند. زمان در نظر گرفته شده برای هر مصاحبه ۱ ساعت بوده است. مکان مصاحبه برای کارشناسان در دفاتر کاری آنان (با تعیین وقت قبلی) و برای اساتید و دانشجویان در فضای دانشگاهی و محل کار آنان به انجام رسیده است. زبان عربی (سوری) برای انجام مصاحبه به کاررفته است و پژوهشگر متن مصاحبه‌ها را به زبان فارسی ترجمه نموده است. در مجموع تعداد ۵۰ درخواست مصاحبه، با توجه به حساسیت موضوع تنها ۳۰ نفر با انجام مصاحبه موافقت نموده، مصاحبه با این افراد به صورت عمیق به انجام رسیده است. نرم‌افزار تحلیل کیفی MAXQDA ۲۰۲۰ جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات مصاحبه استفاده شده است. بستر تئوریک در نظر گرفته شده برای پژوهش گراند تئوری بوده است. گراند تئوری^۱ (نظریه زمینه‌ای) یک روش پژوهش عمومی برای تولید تئوری است. منظور از نظریه زمینه‌ای، نظریه برگرفته از داده‌هایی است که در طی فرایند پژوهش به صورت نظام‌مند گردآوری و تحلیل شده‌اند. در این راهبرد، گردآوری و تحلیل داده‌ها و نظریه‌ای که در نهایت از داده‌ها استخراج می‌شود، در ارتباط نزدیک با یکدیگر قرار دارند. پژوهشگر به جای این که مطالعه خود را با نظریه از پیش تصور شده‌ای آغاز کند، کار را با یک حوزه مطالعاتی خاص شروع کرده، اجازه می‌دهد که نظریه از دل داده‌ها پدیدار شود. نظریه برگرفته از داده‌ها نسبت

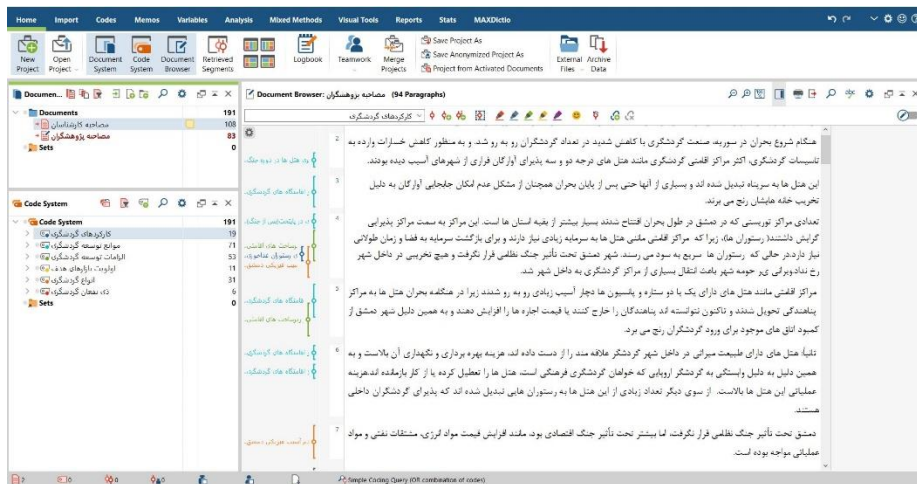
1. Grounded Theory

به نظریه‌ای که حاصل جمع آمدن یک سلسله مفاهیم بر اساس تجربه یا تأملات صرف است، با احتمال بیشتری می‌تواند نمایانگر واقعیت باشد و از آنجا که نظریه‌های زمینه‌ای از داده‌ها استنتاج می‌شوند، می‌توانند با ایجاد بصیرت و ادراک عمیق‌تر، رهنمود مطمئنی برای عمل باشند (Karimimoshaver et al., 2020). مراحل انجام تجزیه و تحلیل گراندد توری (به صورت کیفی) شامل سه مرحله (با الهام از روش تحلیلی گراندد توری) به انجام رسیده است. نخست: کدگذاری باز^۱، دوم: کدگذاری محوری^۲، سوم: کدگذاری انتخابی^۳ بوده است (Liu & Tseng, 2021). کدگذاری باز: بخشی از فرایند تحلیل داده‌هاست که به خرد کردن، مقایسه سازی، نام‌گذاری، مفهوم‌پردازی و مقوله‌بندی داده‌ها می‌پردازد. طی کدگذاری باز، داده‌ها به بخش‌های مجزا خرد شده و برای به دست آوردن مشابهت‌ها و تفاوت‌هایشان مورد بررسی قرار می‌گیرند. کدگذاری باز دربرگیرنده رویه‌های زیر است (Karimimoshaver et al, 2020). کدگذاری محوری: کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه‌پردازی زمینه بنیان است. هدف این مرحله برقراری رابطه بین مقوله‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. این کدگذاری، به این دلیل محوری نامیده شده که کدگذاری حول محور یک مقوله تحقق می‌یابد. در این مرحله پژوهشگر یکی از مقولات را به عنوان مقوله محوری انتخاب کرده، آن را تحت عنوان پدیده محوری در مرکز فرایند، مورد کاوش قرار داده و ارتباط سایر مقولات را با آن مشخص می‌کند (Maysami & Mohammadi, 2020). کدگذاری انتخابی: پدیده مورد نظر، ایده و فکر محوری، حادثه، اتفاق یا واقعه‌ای است که جریان کنش‌ها و واکنش‌ها به سوی آن رهنمون می‌شوند تا آن را اداره، کنترل و یا به آن پاسخ دهند. پدیده محوری با این سؤال اصلی همراه است که داده‌ها به چه چیزی دلالت می‌کنند؟ مقوله محوری ایده (انگاره، تصور) یا پدیده‌ای است که اساس و محور فرا گرد است. این مقوله همان عنوانی (نام یا برچسب مفهومی) است که برای چارچوب یا طرح به وجود آمده در نظر گرفته می‌شود. مقوله‌ای که به عنوان مقوله محوری انتخاب می‌شود باید به قدر کافی انتزاعی بوده و بتوان سایر مقولات اصلی را به آن ربط داد (Markey et al, 2020).

یافته‌ها

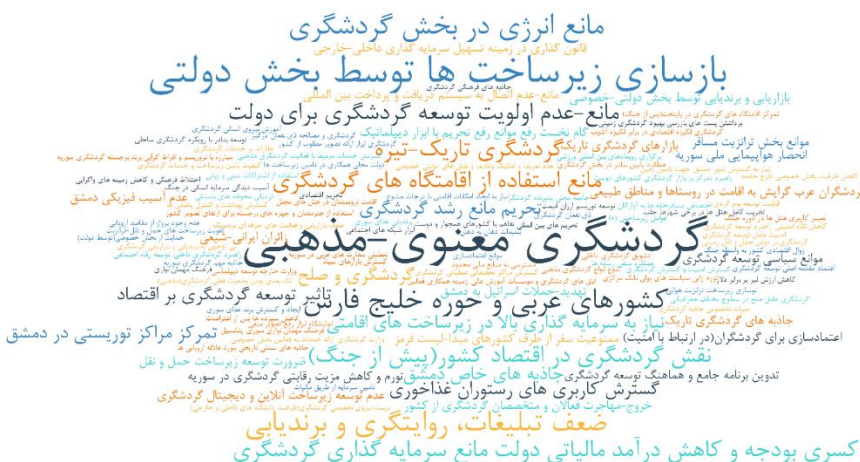
در این بخش نتایج مرتبط با تجزیه و تحلیل حاصل از مصاحبه با نمونه مورد مطالعه شامل ۳۰ نفر ارائه شده است. به دلیل محدودیت حجم و صفحات مقاله از ارائه آمار توصیفی و ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه آماری خودداری شده است. همچنین تجزیه و تحلیل مرتبط با واژه‌شناسی و کد واژه‌های آزاد نیز ارائه نشده است. بدین قرار در ادامه تجزیه و تحلیل مرتبط با کدهای محوری و کدهای انتخابی ارائه شده است. بدین منظور ابتدا نمای کلی مرتبط با تجزیه و تحلیل صورت گرفته در نرم‌افزار در شکل ۲ ارائه شده است.

-
1. Open Coding
 2. Axial Coding
 3. Selective Coding



شکل ۲. کدبندی‌های صورت گرفته در نرم‌افزار MaxQDA2020

در ادامه کدهای محوری شناسایی شده در شش گروه اصلی در قالب ابر کدها در شکل ۳ ارائه شده است. در شکل یادشده بزرگی هر کد به معنای تکرار و تأکید بیشتر نمونه آماری مورد مصاحبه بر روی کد یادشده است. همان‌گونه که مشاهده می‌گردد مفاهیم (کدهای) گردشگری مذهبی و معنوی، بازسازی زیرساخت‌ها توسط بخش دولتی، ضعف تبلیغات، روایتگری و برند یابی، و ... بیشترین تأکید را به خود اختصاص داده‌اند.



شکل ۳. کدهای استخراج‌شده

کدها و مقوله‌های شناسایی شده

همان‌گونه که ذکر گردید مفاهیم مرتبط با توسعه گردشگری سوریه در دوران پس از بحران داخلی این کشور پیرامون شش کد-مقوله اصلی سازمان‌یافته است که به ترتیب به آن‌ها پرداخته شده است. کدهای اصلی شامل کارکردهای گردشگری، موانع توسعه گردشگری، الزامات توسعه گردشگری، اولویت بازارهای هدف، انواع گردشگری و ذی‌نفعان گردشگری بوده است. در مجموع ۱۹۰ مقوله (واحد دارای بار معنایی مستقل) شناسایی گردید که ۱۰۸ مورد مربوط به مصاحبه کارشناسان و ۸۲ کد مربوط به مصاحبه‌های پژوهشگران حوزه گردشگری بوده است.

کارکردهای گردشگری

در سطح نخست مقوله‌های شناسایی شده کارکردهای گردشگری قرار دارد. این کارکردها در مجموع ۱۰ مورد است که به‌قرار جدول زیر ارائه شده است. در مجموع نقش گردشگری در اقتصاد کشور (پیش از جنگ)، گردشگری و صلح، گسترش کاربری‌های رستوران غذاخوری و تأثیر توسعه گردشگری بر اقتصاد مهم‌ترین عوامل مورد تأکید بوده است.

جدول ۲. کد کارکردهای گردشگری

کد	کد فرعی	تکرار
کارکرد گردشگری	گردشگری انگیزه اقتصادی در برابر انگیزه آشوب	۱
	گردشگری و مصالحه ذی‌نفعان درگیر	۱
	اختلاط فرهنگی و کاهش زمینه‌های واگرایی	۱
	گردشگری عامل صلح در سطوح مختلف جغرافیایی	۱
	گردشگری و صلح	۳
	نقش گردشگری در اقتصاد کشور (پیش از جنگ)	۴
	گسترش کاربری‌های رستوران غذاخوری	۳
	تأثیر توسعه گردشگری بر اقتصاد	۳
	نمایشگاه ابزار رفع تصویر منفی	۱
	گردشگری ابزار ارائه تصویر مطلوب از کشور	۱

موانع توسعه گردشگری

مقوله دوم شناسایی شده موانع توسعه گردشگری است. این مقوله شامل کدهای فرعی عوامل زیرساختی، نیروی انسانی، موانع سیاسی امنیتی، موانع اقتصادی و بی‌توجهی به برند یابی و بازاریابی گردشگری بوده است. این کدها به کدهای فرعی دوم و کدهای فرعی سوم تقسیم شده‌اند. در مجموع هر کد مرتبط با موانع توسعه گردشگری دربردارنده عوامل متعدد بوده است که در سطوح مختلف مورد تأکید و تکرار قرار گرفته‌اند؛ اما در مجموع نتایج این بخش نشان‌دهنده وجود طیف متنوع و مختلفی از موانع پیرامون توسعه گردشگری سوریه است.

جدول ۳. موانع توسعه گردشگری

کد اصلی	کد فرعی	کد فرعی دوم	کد فرعی سوم	تکرار	
موانع توسعه گردشگری	عوامل زیرساختی	هتل و اقامتگاه	تخریب کامل هتل‌ها در برخی شهرها-حلب	۱	
			اقامت ثروتمندان در هتل‌های مجلل	۱	
			اختصاص مسافرخانه‌ها به آوارگان	۱	
			تمرکز اقامتگاه‌های گردشگری در پایتخت (پس از جنگ)	۱	
			مانع استفاده از اقامتگاه‌های گردشگری	۴	
			تغییر کاربری هتل‌ها در دوره جنگ	۱	
			کیفیت پایین زیرساخت و خدمات گردشگری	-	۱
			تک‌بعدی بودن وضعیت فعلی گردشگری (مذهبی)	-	۱
			عدم تعریف و تفکیک وظایف و نقش‌های دولتی- خصوصی	-	۱
			عدم توسعه زیرساخت آنلاین و دیجیتال گردشگری	-	۲
گردشگری بر دوش حمل‌ونقل زمینی	-	۱			
عملکرد پایین بنادر در بخش گردشگری	-	۱			

۴	-	مانع-عدم اولویت توسعه گردشگری برای دولت	
۵	-	مانع انرژی در بخش گردشگری	
۲	-	انحصار هواپیمایی ملی سوریه	
۱	-	موانع اعتمادسازی	
۱	-	آسیب دیدگی سرمایه انسانی در جنگ	نیروی انسانی
۲	-	خروج-مهاجرت فعالان و متخصصان گردشگری از کشور	
۳	-	تحریم مانع رشد گردشگری	
۱	-	تعطیلی سفارت‌های عربی در سوریه	
۱	-	تحریم‌های بین‌المللی	
۱	-	عملکرد منفی رسانه‌ها	موانع سیاسی امنیتی
۲	-	تهدید-حملات اسرائیل به دمشق	
۲	-	ممنوعیت سفر از طرف کشورهای مبدأ-لیست قرمز	
۱	-	عدم وجود پرواز از مقاصد اروپایی	
۲	-	موانع سیاسی توسعه گردشگری	
۱	-	برداشتن پست‌های بازرسی بهبود گردشگری زمینی	
۱	-	دسترسی به منابع مالی محدود	
۲	-	موانع بخش ترانزیت مسافر	
۲	-	مانع-عدم اتصال به سیستم دریافت و پرداخت بین‌المللی	
۱	-	کاهش ظرفیت بخش خصوصی تفرج جامعه	موانع اقتصادی
۲	-	تورم و کاهش مزیت رقابتی گردشگری در سوریه	
۱	-	گسترش بازارهای سیاه	
۱	-	کاهش ارزش لیر بر برابر دلار	
۱	-	زوال اقتصادی کشور به واسطه جنگ	
۴	-	کسری بودجه و کاهش درآمد مالیاتی دولت مانع سرمایه‌گذاری گردشگری	
۱	-	کاهش سپرده‌ها پس از اعتراضات	
۱	-	تحریم اقتصادی	
۱	-	تورمزایی سیاست‌های پولی بانک مرکزی	
۱	-	ضعف بازاریابی و فعالیت‌های حرفه‌ای برندینگ	
۵	-	ضعف تبلیغات، روایتگری و برند یابی	و بازاریابی گردشگری

الزامات توسعه گردشگری

الزامات توسعه گردشگری سومین مقوله شناسایی شده بر اساس مصاحبه‌های انجام شده است. در این مقوله سه کد فرعی شناسایی شده است. کدهای فرعی (اول) شامل: تدوین برنامه جامع و هماهنگ توسعه گردشگری، گسترش بهداشت و کنترل پاندمی‌ها، بازسازی زیرساخت‌ها توسط بخش دولتی، گردشگری بین‌المللی، گردشگری داخلی، تمرکز مراکز توریستی در دمشق، گسترش امنیت و گسترش گردشگری، اعتماد مقدمه اصلی توسعه گردشگری، تأمین سرمایه از طریق مالیات و بازاریابی و برند یابی گردشگری بوده است. فراوانی تکرار موارد در سطح کدهای مورد بررسی به شرح جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۴. الزامات توسعه گردشگری

کد اصلی	کد فرعی	کد فرعی دوم	کد فرعی سوم	تکرار	
الزامات توسعه گردشگری	گردشگری بین‌المللی	بازسازی زیرساخت‌ها توسط بخش دولتی	تدوین برنامه جامع و هماهنگ توسعه گردشگری	۲	
			گسترش بهداشت و کنترل پاندمی‌ها	۱	
			بازسازی زیرساخت‌ها توسط بخش دولتی	۷	
			توسعه بنادر با رویکرد گردشگری ساحلی	۱	
			نوسازی زیرساخت ترانزیت هوایی	۱	
			نیاز به سرمایه‌گذاری بالا در زیرساخت‌های اقامتی	۳	
			تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل-ترانزیت	۱	
			ضرورت توسعه زیرساخت حمل‌ونقل	۲	
			نیاز به ایجاد امکانات اقامتی با درجات متنوع	۱	
			گسترش مراکز تحقیقاتی عملیاتی گردشگری	آموزش نیروی انسانی گردشگری	۲
	گردشگری داخلی	گردشگری بین‌المللی	بازاریابی و برند یابی توسط بخش دولتی-خصوصی	نظارت بر خدمات گردشگری	۱
				نیاز به گسترش شهر دمشق-جهت تأمین زمین	۱
				امنیت عامل توسعه گردشگری	۱
				کاهش نگاه امنیتی-راهبرد توسعه گردشگری	۱
				گسترش خدمات مرتبط با فعالیت گردشگری مذهبی	۱
				تربیت نیروی تخصصی گردشگری (ظرفیت دانشگاه‌های داخلی و خارجی)	۱
				قانون‌گذاری در زمینه تسهیل سرمایه‌گذاری داخلی-خارجی	۲
				راهبرد تمرکز بر بازار گردشگری کشورهای دوست	۲
				گام نخست رفع موانع رفع تحریم با ابزار دیپلماتیک	۱
				تفاهم با کشورهای هم‌جوار و دوست	۲
گردشگری داخلی	گردشگری داخلی	توسعه توریسم ارزان قیمت	برگزاری رویدادهای بین‌المللی ورزشی	۱	
			تشویق گردشگری داخلی	۱	
			حمایت از بخش خصوصی (توسط دولت)	۱	
			راهبرد گردشگری داخلی: توسعه رفاه اجتماعی	۱	
			توسعه توریسم ارزان قیمت	۱	
			تمرکز مراکز توریستی در دمشق	۳	
			گسترش امنیت و گسترش گردشگری	اعتمادسازی برای گردشگران (در ارتباط با امنیت)	۳
			اعتماد مقدمه اصلی توسعه گردشگری	۱	
			تأمین سرمایه از طریق مالیات	۱	
			تبلیغات دهان‌به‌دهان	۱	
بازاریابی و برند یابی گردشگری	بازاریابی و برند یابی گردشگری	مبارزه با تروریسم و افراط‌گرایی برند برجسته گردشگری سوریه	ایجاد و گسترش برند غذای سوری	۱	
			برند یابی غذای سوری	۱	
			استفاده از هنرمندان و چهره‌های برجسته برای ارتقای تصویر کشور	۱	
			مبارزه با تروریسم و افراط‌گرایی برند برجسته گردشگری سوریه	۱	

بازارهای هدف

بازارهای هدف چهارمین مقوله شناسایی شده در مصاحبه‌های پژوهش است. این مقوله در بردارنده کدهای فرعی به شرح: کشورهای عربی و حوزه خلیج فارس، زائران ایرانی-شیعی، جاذبه‌های سنتی تاریخی مورد علاقه اروپایی‌ها است. شرح امتیازهای کدهای فرعی اول و دوم در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۵. بازارهای هدف

کد اصلی	کد فرعی اول	کد فرعی دوم	تکرار
اولویت	کشورهای عربی و حوزه خلیج فارس	گردشگران عرب گرایش به اقامت در روستاها و مناطق طبیعی	۷
بازارهای		استفاده از اشتراکات دینی و زبانی	۱
هدف	زائران ایرانی-شیعی		۲
	جاذبه‌های سنتی تاریخی موردعلاقه اروپایی‌ها		۱

انواع گردشگری (قابل توسعه)

پنجمین مقوله شناسایی شده از مصاحبه‌های صورت گرفته، انواع گردشگری بوده است. انواعی که به‌قرار کد فرعی جدول زیر شامل: قابلیت توسعه بوم گردی، گردشگری شهری، گردشگری تاریک-تیره و گردشگری معنوی-مذهبی بوده است. شرح موارد یادشده در همچنین تعداد تکرار هر مورد در جدول ارائه شده است.

جدول ۶. انواع گردشگری قابل توسعه در سوریه

کد اصلی	کد فرعی	کد فرعی دوم	تکرار
	قابلیت توسعه بوم گردی		۱
		جاذبه مهم گردشگری سوریه	۱
		جاذبه‌های فرهنگی گردشگری	۱
		میراث ناملموس جاذبه گردشگری	۱
	گردشگری شهری	فرهنگ مهمان‌نوازی سوری-پتانسیل	۱
		فرهنگ مهمان‌نوازی	۱
	انواع گردشگری	نزدیکی محوطه‌های باستانی	۱
		عدم آسیب فیزیکی دمشق	۲
		جاذبه‌های خاص دمشق	۳
		جاذبه‌های گردشگری تاریک	۶
	گردشگری تاریک-تیره	ابزار شبکه‌های اجتماعی	۱
		بازارهای گردشگری تاریک	۲
	گردشگری معنوی-مذهبی	تنوع انواع گردشگری مذهبی	۹

توسعه انواع مختلف توریسم با تأکید بر شهر دمشق

در گام نهایی پژوهش گونه‌های پیشنهادی توسعه گردشگری ارائه شده توسط متخصصان در ارتباط با ظرفیت‌های توسعه گردشگری شهر دمشق تبیین شده است. بدین معنی، با توجه به مجموعه شرایط تبیین شده برگرفته از نظرات کارشناسان، بازدیدهای میدانی و تجربه زیست پژوهشگر، می‌توان چنین گفت که دمشق در سوریه پس از بحران (با توجه به حفظ نسبی زیرساخت‌های شهری و امنیت بالاتر این شهر نسبت به سایر نقاط کشور) می‌تواند به‌عنوان الگو و پیشران جریان توسعه گردشگری کشور عمل نماید. چراکه این شهر در ارتباط با انواع مختلف گردشگری دارای ظرفیت‌های قابل توجه توسعه است. در ادامه نمونه‌های مختلف مرتبط با این ظرفیت‌ها ارائه شده است.

جدول ۷. جاذبه‌ها و ابعاد قابل توسعه گردشگری مرتبط با شهر دمشق

	<p>موزه ملی دمشق: موزه ملی دمشق (المْتَحَفُ الوَطَنِيّ دِمَشْق) موزه‌ای در قلب دمشق، سوریه است. این موزه به‌عنوان موزه ملی کشور و همچنین بزرگ‌ترین آن، آثار بیش از ۱۱ هزارساله تاریخ کشور را در برمی‌گیرد. ۱</p>	تورسم تاریخی - فرهنگی
	<p>بازار حمیدیه دمشق Al-Hamidiya Souq: سوق الحمیدیه (به عربی: سُوق الْحَمِیدِيَّة) بزرگ‌ترین و مرکز خرید سوریه است که در داخل شهر قدیمی دمشق در کنار قلعه تاریخی واقع شده است.</p>	تورسم تاریخی - فرهنگی
	<p>ارگ دمشق (قلعه دمشق-Qal'at Dimashq): یک قصر و دژ مستحکم قرون وسطایی بزرگ در دمشق، سوریه است. این بخشی از شهر باستانی دمشق است که در سال ۱۹۷۹ به‌عنوان میراث جهانی یونسکو ثبت شد. مکان قلعه فعلی برای اولین بار در سال ۱۰۷۶ ساخته شده است.</p>	تورسم تاریخی
  	<p>غذاهای سوری: متأثر از فرهنگ خاورمیانه و سبک غذایی مدیترانه‌ای است و غذاها و خوراکی‌های سوری (شامل نان-تیرینی، غذا و نوشیدنی) را می‌توان یکی از میراث‌های خاص فرهنگی-تاریخی به‌شمار آورد. بخشی از این موارد بدین قرار هستند:</p> <p>غذاهای خیابانی: یوزه (بوظة) - فالقل - ککم (ka'ak) - مناقیش - تاورما و ...</p> <p>نوشیدنی: المتع، جلاب، بولو، قهوه بیضاء، قمر الدین، سحلب، البیرة السوریة، قهوه سوری و ...</p> <p>تیرینی: یقلاوة، برازق، بسبوسة، البشمینا، بلاطة جهنم، کریب، غزل البیات و ...</p>	تورسم غذایی - غذایی
	<p>معلوله یا معلولا (Maaloula) شهری است در ۵۶ کیلومتری شمال شرقی دمشق و در دامنه کوه ناهموار، در ارتفاع بیش از ۱۵۰۰ متر ساخته شده است. این روستا به‌عنوان یکی از سه روستای باقیمانده که در آن به زبان آرامی غربی (گفته می‌شود که زبان عیسی مسیح است) صحبت می‌شود. جاذبه فرهنگی در ترکیب با مناظر کوهستانی این منطقه را به جاذبه قابل توجه تورسم معنوی تبدیل کرده است.</p>	تورسم معنوی



تایید بتوان مهم‌ترین جاذبه مذهبی شهر دمشق (به‌طور خاص برای شیعیان) را مرقد و مزار عقیله بنی‌هاشم زینب کبری علیها السلام دانست. این مرقد در راهویه / زینبیه واقع شده است. در حال حاضر این قریه به شهر متصل و در هفت کیلومتری شرق دمشق قدیم به طرف فرودگاه واقع شده است.

شهری



بلودان (Blūdān) روستایی در ۵۱ کیلومتری شمال غربی دمشق است. ارتفاع آن حدود ۱۵۰۰ متر است. بلودان بر فراز تپه ای مشرف به دشت الزیادانی قرار دارد و اطراف آن را جنگل های کوهستانی احاطه کرده است. دمای معتدل و رطوبت کم آن در تابستان، بازدیدکنندگان زیادی را از دمشق و سراسر سوریه جذب می کند. به‌عنوان یک مقصد اصلی گردشگری اکوتوریسم قابل توجه است. سالانه هزاران نفر، عمدتاً عرب های لبنانی و کشورهای عرب خلیج فارس، از آن بازدید می کنند. در زمستان، بلودان معمولاً برفی است و اسکی بازان زیادی را به سوی خود می کشاند.

شهری



پالمیرا یا قدمت دوره نوستگی و آثار رومی متعلق به اوایل هزاره دوم قبل از میلاد است. شهر پالمیرا در ۲۱۵ کیلومتری شمال شرقی دمشق، پایتخت سوریه قرار دارد. غلبه تخریب گسترده و جنایات داعش در این شهر تاریخی، زمینه و فرصت قابل توجه توسعه توریسم سیاه در این اثر وجود دارد.

شهری

ذی نفعان گردشگری

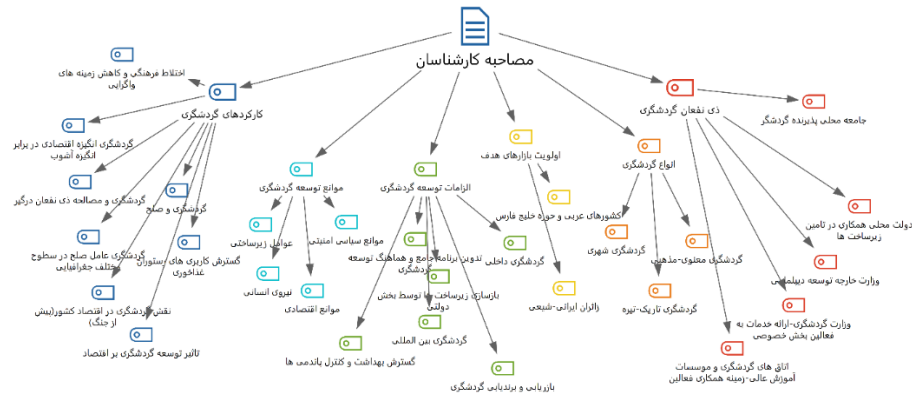
مقوله هفتم استخراج شده از مصاحبه‌های پژوهش ذی نفعان گردشگری است. در این مقوله گروه‌های مختلف درگیر در فرآیندهای مختلف گردشگری کشور سوریه شناسایی شده‌اند. این عوامل شامل اتاق‌های گردشگری و مؤسسات آموزش عالی-زمینه همکاری فعالین، وزارت گردشگری-ارائه خدمات به فعالین بخش خصوصی، وزارت خارجه توسعه دیپلماسی، جامعه محلی پذیرنده گردشگر و دولت محلی همکاری در تأمین زیرساخت‌ها بوده است. هر یک از عوامل یادشده امتیاز یکسان کسب نموده است.

جدول ۸. ذی نفعان گردشگری

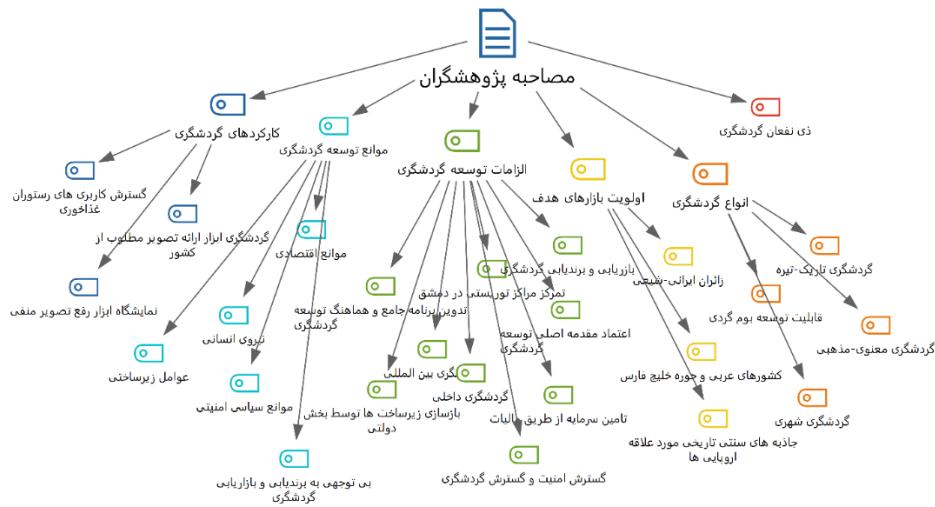
تکرار	کد اصلی	کد فرعی
۱	ذی نفعان گردشگری	اتاق‌های گردشگری و مؤسسات آموزش عالی-زمینه همکاری فعالین
۱		وزارت گردشگری-ارائه خدمات به فعالین بخش خصوصی
۱		وزارت خارجه توسعه دیپلماسی
۱		جامعه محلی پذیرنده گردشگر
۱		دولت محلی همکاری در تأمین زیرساخت‌ها

بحث

آخرین مرحله از بررسی کیفی مصاحبه‌های پژوهش شناسایی ارتباط بین کدها و مقوله‌ها است که می‌توان از آن با عنوان کدبندی انتخابی یاد نمود. در این راستا ابتدا نمودارهای مرتبط با دو گروه کارشناسان و پژوهشگران ارائه شده است. مقایسه دو نمودار یادشده نشان می‌دهد که کارشناسان پژوهش توجه خاصی به مقوله ذی نفعان گردشگری داشته‌اند، امری که از نظر پژوهشگران مغفول مانده است. همچنین کارکردهای گردشگری با تفصیل بیشتر مورد توجه کارشناسان قرار گرفته است. از طرف دیگر، پژوهشگران به تفصیل و مورد بیشتری به انواع گردشگری پرداخته‌اند. همچنین الزامات گردشگری بیشتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است.

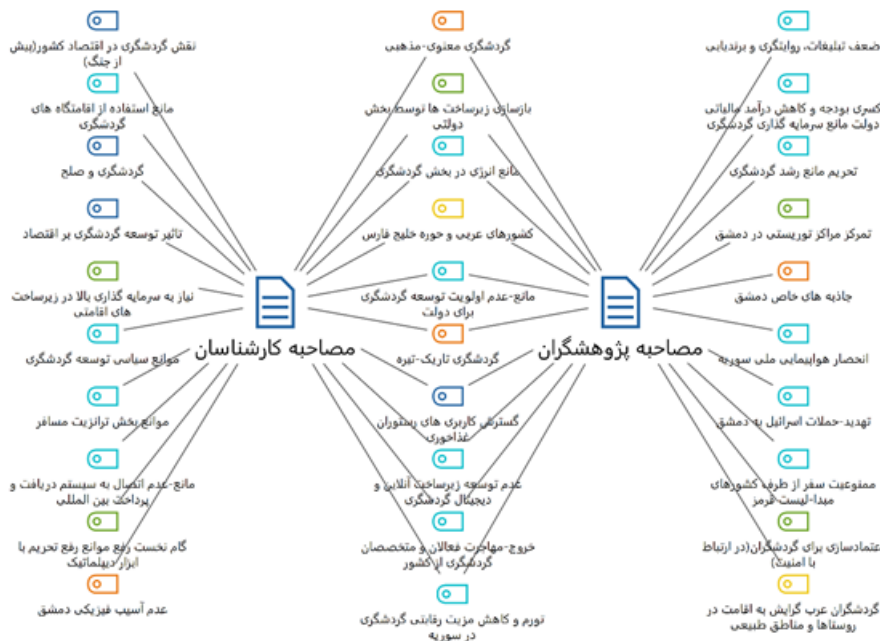


شکل ۴. درخت ارتباطات نتایج مصاحبه کارشناسان



شکل ۵. درخت ارتباطات نتایج مصاحبه پژوهشگران

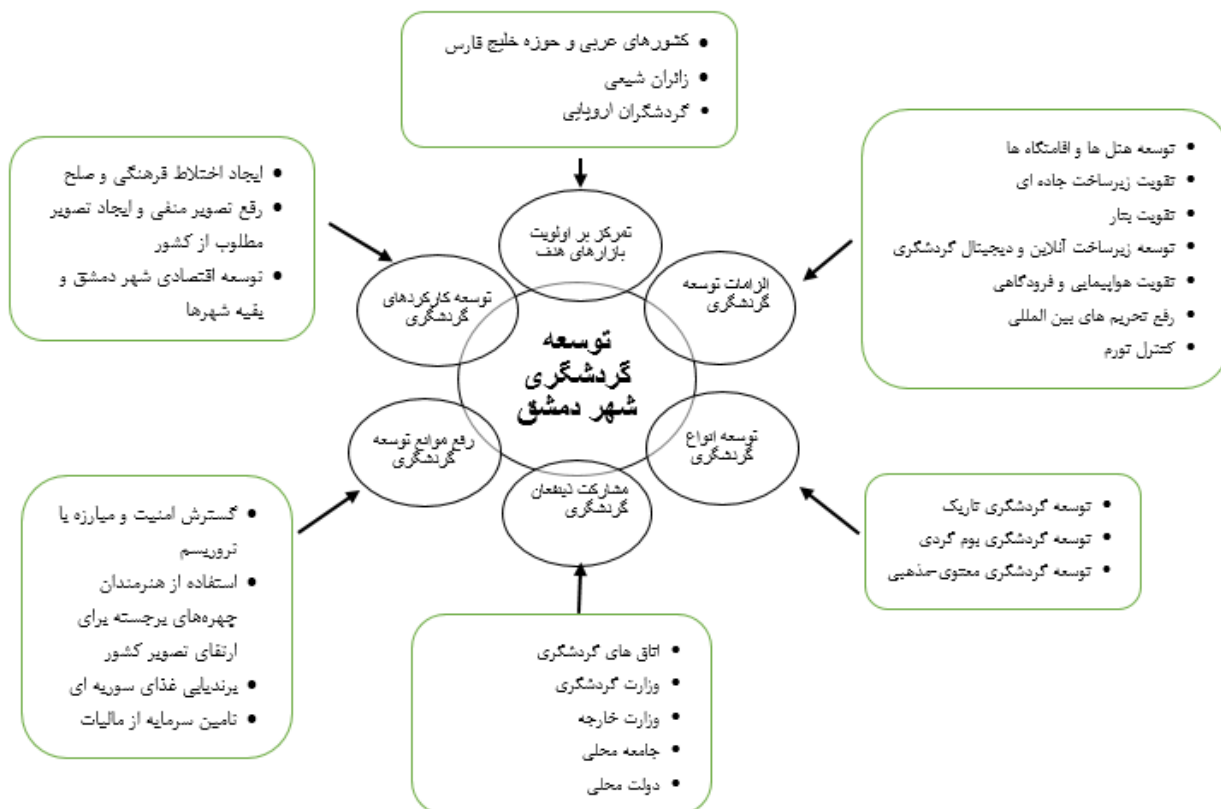
در ادامه مدل دوطرفه ارتباط عوامل با توجه به دو جامعه کارشناسی و پژوهشگر ارائه شده است. فصل مشترک عوامل در وسط تصویر و عوامل اختصاصی پژوهشگران در سمت راست تصویر و عوامل اختصاصی مرتبط با کارشناسان در سمت چپ تصویر ارائه شده است. به صورت کلی می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که کارشناسان با مفاهیم و حوزه‌های عملیاتی‌تر تأکید دارند و پژوهشگران بر ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود توجه بیشتری دارند. هر دو ابعاد یاد شده واجد اهمیت خاص هستند. از طرفی فصل مشترک شناسایی شده مبنایی توافقی ایجاد می‌نماید که هم جنبه عملیاتی و هم جنبه علمی دارد، بنابراین می‌توان از آن به عنوان اولویت‌دارترین حوزه‌های برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشور سوریه یاد کرد.



شکل ۶. مدل دوطرفه نتایج مصاحبه بر اساس نظرات دو جامعه کارشناسان و پژوهشگران

در خاتمه این بخش به منظور ایجاد ارتباط بین عوامل بر اساس شناخت حاصل از مراحل مختلف مدل انتخابی پژوهش ارائه شده است. تفسیر این مدل از جهات مختلف قابل خوانش است؛ اما به صورت کلی چنین می توان گفت که توسعه گردشگری دارای دو بخش و هدف داخلی و خارجی است که در عین اختلاف، دارای عوامل مشترک نیز هستند. جهت و مسیر توسعه گردشگری داخلی به صورت توسعه زیرساخت های ارتباطی-اقامتی است؛ که در گرو تأمین مالی از مکانیسم های مالیاتی و سرمایه گذاری خارجی است که در هر دو حالت نیاز به دیپلماسی و تلاش برای عادی سازی روابط و رفع تحریم ها است، این مورد در ارتباط با گردشگری خارجی نیز صدق می کند؛ اما جهت بااهمیت دیگر نمودار به سمت بازاریابی و بردندینگ گردشگری برای کشور سوریه است که استفاده از ابزار شبکه های اجتماعی و افراد مشهور و فعال در این شبکه ها جهت تبلیغ مقاصد گردشگری با توجه به گروه ها و بازارهای هدف مشخص بسیار بااهمیت است. طرح برد گردشگری کشور سوریه با عنوان مبارزه با تروریسم و افراط گرایی در کنار برند یابی اجزای فرهنگی (همچون برند غذایی)، توسعه توریسم تیره، توسعه گردشگری بوم گردی، گردشگری معنوی همگی از مواردی هستند که در راستای توسعه گردشگری کشور سوریه جای می گیرند.

گردشگری در کشور باشد. در نهایت نیز ارتباط این مقوله‌ها در فرآیندی که جهت و مسیر توسعه گردشگری کشور سوریه در دوران پس از جنگ داخلی را روشن نمایند ارائه گردید. بدیهی است که اجرای چنین مدلی نیازمند به همکاری ذی‌نفعان در بخش‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی از یک طرف و برنامه‌ریزی در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای است، بدون همکاری و هماهنگی کارآمد حرکت در مسیر توسعه گردشگری دور از ذهن به نظر می‌رسد. (شکل ۸)



شکل ۸. مدل توسعه گردشگری سوریه با تأکید بر شهر دمشق

صنعت گردشگری با شناسایی امکانات و پتانسیل‌ها، اقدامات مناسبی را برای استفاده بهینه از آن‌ها و گسترش اثرات مثبت گردشگری در سطح منطقه انجام می‌دهد. از این رو سیاست‌مداران و برنامه‌ریزان توسعه در تلاش هستند تا با شناسایی و معرفی جاذبه‌های گردشگری از فرصت‌های مثبت این صنعت بهره ببرند. توسعه گردشگری شهر دمشق دروازه‌ای برای توسعه گردشگری در سوریه محسوب می‌شود، زیرا به‌عنوان پایتخت، شهر دمشق اولین جایی است که از طریق آن گردشگران به این کشور وارد می‌شوند. توسعه گردشگری این شهر به توسعه اقتصادی و پیشرفت سطح زندگی ساکنان آن منجر می‌شود و در عین حال ایجاد تصویر مثبت از وضعیت کشور ایجاد خواهد شد. بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر برخی راهبردهای پیشنهادی به شرح ذیل توضیح می‌گردد:

• بخش عمده‌ای از زیرساخت‌ها و جاذبه‌های گردشگری سوریه با آسیب جدی مواجه شده است، بنابراین ابتدا بایستی تلاش گردد که اعتماد مجدد ذی‌نفعان حوزه گردشگری، از طریق بازسازی امکانات و زیرساخت‌های گردشگری، حاصل آید.

- توریسم سیاه و احداث شهر موزه‌های روایت گر آسیب‌های افراط‌گرایی، با توجه به نابودی بخش زیادی از جاذبه‌های گردشگری سوریه، در شرایط فعلی می‌تواند به‌عنوان آلترناتیو مناسبی برای جلب گردشگر از سراسر دنیا عمل نماید.
- با توجه به روحیه بالای گردشگران مذهبی در مواجهه با شرایط مخاطره‌آمیز، پیشنهاد می‌گردد، گسترش توریسم مذهبی در اولویت سازمان گردشگری و طرح‌های و پروژه‌های توسعه گردشگری کشور در دوره پسا بحران قرار گیرد.
- کشورهای هم‌پیمان سوریه که در فرآیند بحران نقش قابل‌توجهی در همکاری با دولت سوریه ایفا نموده‌اند، می‌توانند با ارائه خدمات مشاوره‌ای و آموزش نیروهای حفاظتی و امنیتی منجر به تقویت ضریب امنیت سایت‌های گردشگری شوند که خود هموار کننده بخش مهمی از موانع موجود در توسعه گردشگری پسا بحران خواهد بود.
- استفاده از قابلیت و ظرفیت کشورهای هم‌پیمان و قدرت‌های منطقه‌ای و جهانی در زمینه ایجاد آژانس‌های مسافرتی مشترک و اختصاص پروازهای دائمی جهت تبادل گردشگر (به‌طور خاص در زمینه گردشگری مذهبی برای کشورهای همسایه و طبیعت‌گردی و توریسم ساحلی برای کشورهای غیر اسلامی با توجه به ظرفیت بالای فرهنگی و آزادی‌های فردی موجود در کشور)
- تأسیس کانال‌ها، شبکه‌ها و سایت‌هایی (به زبان انگلیسی و عربی) که منعکس‌کننده اخبار داخلی و جاذبه‌های توریستی کشور سوریه جهت اصلاح ذهنیت وضعیت بحرانی کشور در افکار عمومی شهروندان کشورهای مختلف باشند.

حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است

سهام نویسندگان

در پژوهش نویسندگان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سهم برابر داشتند

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه کسانی که در انجام این پژوهش یاری رساندند، به‌ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- گودرزی، مجید؛ سلطانی، زهرا و متینی نژاد، اعظم. (۱۴۰۳). تدوین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری پزشکی در کلان‌شهر اهواز. *مجله گردشگری شهری*، ۱۱ (۱)، ۲۰-۱. doi: 10.22059/jut.2024.373612.1195
- خادمی، لیلا؛ ایزدی، حسن و سلطانی، علی. (۱۴۰۲). واکاوی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد با روش تحلیل ساختاری. *مجله گردشگری شهری*، ۱۰ (۳)، ۸۸-۶۹. doi: 10.22059/jut.2023.358852.1131

References

- Avraham, E. (2016). Destination marketing and image repair during tourism crises: The case of Egypt. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 41-48.

- Bayih, B., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 63(4), 1-26.
- Bhaskara, G. I., Filimonau, V., Wijaya, N. M. S., & Suryasih, I. A. (2023). Innovation and creativity in a time of crisis: A perspective of small tourism enterprises from an emerging destination. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101093. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101093>
- Choy, M. W., & Yeung, A. S. (2023). Person-environment fit: Does it matter for tourism students' career outcomes in an era of crisis?. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 32, 100414. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100414>
- Di Vaio, A., López-Ojeda, A., Manrique-de-Lara-Peñate, C., & Trujillo, L. (2021). The measurement of sustainable behaviour and satisfaction with services in cruise tourism experiences. *An empirical analysis. Research in Transportation Business & Management*, 63(5), 3-16.
- Goodarzi, M., Soltani, Z., & Matini Nejad, A. (2024). Compiling and Prioritizing Factors Affecting Medical Tourism Development in Ahvaz Metropolis. *Journal of Urban Tourism*, 11(1), 1-20. doi: [10.22059/jut.2024.373612.1195](https://doi.org/10.22059/jut.2024.373612.1195) [in Persian]
- Kanwal, S., Rasheed, M. I., Pitafi, A.H., Pitafi, A., & Ren, M. (2020). Road and transport infrastructure development and community support for tourism: The role of perceived benefits, and community satisfaction. *Tourism Management*, 63(5), 3-11.
- Karimimoshaver, M., Ahmadi, M. A., Aram, F., & Mosavi, A. (2020). Urban views and their impacts on citizens: A grounded theory study of Sanandaj city. *Heliyon*, 6(10), e05157. doi:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05157>
- khademi, L., Izady, H., & Soltani, A. (2023). Analysis of Factors Affecting Tourism Development in Khorramabad County by Structural Analysis Method. *Journal of Urban Tourism*, 10(3), 69-88. doi: [10.22059/jut.2023.358852.1131](https://doi.org/10.22059/jut.2023.358852.1131) [in Persian]
- Kılıçlar, A., Uşaklı, A., & Tayfun, A. (2018). Terrorism prevention in tourism destinations: Security forces vs. civil authority perspectives. *Journal of destination marketing & management*, 8, 232-246.
- Li, S., Wang, Y., Filieri, R., & Zhu, Y. (2022). Eliciting positive emotion through strategic responses to COVID-19 crisis: Evidence from the tourism sector. *Tourism Management*, 90, 104485. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104485>
- Liu, A., & Pratt, S. (2017). Tourism's vulnerability and resilience to terrorism. *Tourism Management*, 60, 404-417.
- Liu, C., & Tseng, M.Y. (2021). Paradigmatic variation in hedging and boosting: A comparative study of discussions in narrative inquiry and grounded theory research. *English for Specific Purposes*, 61, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2020.08.002>
- Markey, K., Tilki, M., & Taylor, G. (2020). Practicalities in doctorate research of using grounded theory methodology in understanding nurses' behaviours when caring for culturally diverse patients. *Nurse Education in Practice*, 44, 102751. <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2020.102751>
- Maysami, A. M., & Mohammadi Elyasi, G. (2020). Designing the framework of technological entrepreneurship ecosystem: A grounded theory approach in the context of Iran. *Technology in Society*, 63, 101372. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101372>
- Nematpour M., Khodadadi M. & Rezaei (2021), Systematic analysis of development in Iran's tourism market in the form of future study: A new method of strategic planning. *Futures*, 125 (2021) 102650.
- Osorio, P., Cadarso, M.Á., Tobarra, M.Á., & García-Alaminos, Á. (2023). Carbon footprint of tourism in Spain: Covid-19 impact and a look forward to recovery. *Structural Change and Economic Dynamics*. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2023.03.003>
- Oviedo-García, M., Vega-Vázquez, M., Castellanos-Verdugo, M., & Orgaz-Agüera, F. (2019). Tourism in protected areas and the impact of servicescape on tourist satisfaction, key in sustainability. *Journal of Destination Marketing & Management*, 63(5), 832-837.
- Perles-Ribes, J. F. et al. (2019). Effects of political instability in consolidated destinations: The case of Catalonia (Spain). *Tourism Management*, 70, 134-139.

- Samitas, A., Asteriou, D., Polyzos, S., & Kenourgios, D. (2018). Terrorist incidents and tourism demand: Evidence from Greece. *Tourism management perspectives*, 25, 23-28.
- Schönherr, S., Peters, M., & Kušcer, K. (2023). Sustainable tourism policies: From crisis-related awareness to agendas towards measures. *Journal of Destination Marketing & Management*, 27, 100762. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100762>
- Senbeto, D. L. (2022). Crisis and Africa's tourism industry: A comprehensive review and agenda for future research. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100992. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100992>
- Shaykh-Baygloo, R. (2021). Foreign tourists' experience: The tri-partite relationships among sense of place toward destination city, tourism attractions and tourists' overall satisfaction - Evidence from Shiraz, Iran. *Journal of Destination Marketing & Management*, 63(3), 832–837.
- Su, R., Bramwell, B., & Whalley, P. A. (2018). Cultural political economy and urban heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 68, 30-40. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.11.004>
- Sun, Y.Y., Sie, L., Faturay, F., Auwalin, I., & Wang, J. (2021). Who are vulnerable in a tourism crisis? A tourism employment vulnerability analysis for the COVID-19 management. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 304-308. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.08.014>
- Varnajot, A., & Saarinen, J. (2021). 'After glaciers?' Towards post-Arctic tourism. *Annals of Tourism Research*, 63(5), 832–837.
- Zhang, J. (2021). Impacts of the emissions policies on tourism: An important but neglected aspect of sustainable tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 63(2), 402-410.